

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH
MAKAN KEDAI IBU DI SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :
AVI RIZTANTO
B 100 150 197**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
KEDAI IBU DI SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

AVI RIZTANTO

B 100 150 197

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Ihwan Susila, S.E, M.Si, P,hD

NIK. 711

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
KEDAI IBU DI SURAKARTA**

OLEH
AVI RIZTANTO
B100150197

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 15 Agustus 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Ihwan Susila, S.E, M.Si, P.hD. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si. (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,

Dr. H. Syamsudin, M.M.

NIK. 195702171986 03100

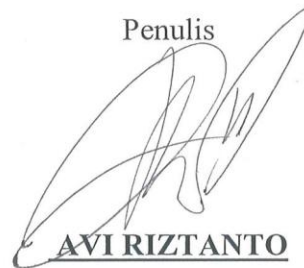
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 29 Juli 2019

Penulis



AVI RIZTANTO

B 100 150 197

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN KEDAI IBU DI SURAKARTA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian ini adalah konsumen rumah makan Kedai Ibu. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling* yang merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu pada responden. Berdasarkan metode dan teknik penarikan sampel diperoleh sebanyak 200 responden yang sesuai dengan kriteria. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang langsung ditujukan pada konsumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji determinasi (R^2), uji simultan (uji F), analisis koefisien regresi dan uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi, kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality, price, and location on customer satisfaction. The population of this research is consumers of Kedai Ibu restaurant. The sampling technique used in this study is non probability sampling with a type of convenience sampling which is a sampling technique based on certain criteria on the respondents. Based on the method and sampling technique obtained as many as 200 respondents who fit the criteria. The data collection method used is a questionnaire that is directed at consumers. Data analysis techniques in this study are validity test, reliability test, classic assumption test, determination test (R^2), simultaneous test (F test), regression coefficient analysis and partial test (t test). The results showed that service quality, price, and location had an effect on the satisfaction of the consumers of Kedai Ibu's restaurant.

Key Words: service quality, price, location, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Pada masa serba modern seperti sekarang ini bidang usaha apapun semakin bergerak dan berkembang dengan begitu pesat, begitupun dengan bisnis di bidang kuliner atau makanan. Semakin terbukanya peluang usaha yang sejalan dengan semakin berkembangnya teknologi membuat berbagai usaha baru bermunculan dan mengakibatkan persaingan semakin sengit. Karena itu untuk menyikapi situasi dan kondisi yang demikian maka para pelaku usaha juga harus mampu beradaptasi dan menyesuaikan diri dalam persaingan dengan cara yang cepat tanggap dalam menentukan keputusan agar usaha mereka dapat bertahan atau bahkan berkembang

dengan pesat. Pengusaha diharuskan dapat bertahan dalam persaingan pasar dan bahkan mampu memenangkan persaingan. Di dalam usaha untuk memenangkan persaingan, pelaku usaha harus mampu mengetahui keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka akan penting bagi pelaku usaha untuk membuat strategi pemasaran untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar bisa bersaing mempertahankan dan mengembangkan usaha di dalam pasar. Pentingnya perhatian terhadap konsumen dengan melihat keinginan dan kebutuhan serta kepuasan dari pelayanan dapat menjadi kunci agar keberhasilan sebuah usaha di dalam persaingan yang kian ketat saat ini. Maka dari itu, pelaku usaha diharuskan agar bisa menyajikan suatu yang berharga dan juga sekaligus memberi makna yang mengesankan di dalam diri konsumen melalui pelayanan yang sepadan dengan kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan.

Kualitas dari suatu pelayanan merupakan sebuah strategi agar dapat menjaring lebih banyak konsumen, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta menghindari pelanggan berpindah dan menciptakan keadaan unggul. Pelaku usaha yang mengedepankan kualitas pelayanan yang memuaskan juga akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan bertujuan sebagai upaya untuk menciptakan rasa nyaman bagi konsumen serta konsumen memiliki nilai rasa yang lebih tinggi dari harapan konsumen. Harapan konsumen adalah nilai penting, maka dari itu kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan keadaan bagi pelaku usaha untuk lebih dekat menuju kepuasan konsumen. Setelah faktor kualitas pelayanan, faktor harga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga juga termasuk suatu faktor yang kuat didalam penjualan. Penetapan harga harus melihat segmen pasar konsumen yang dituju supaya konsumen mampu membeli produk tersebut. Dari sisi konsumen, faktor harga menjadi acuan dan pertimbangan dalam memutuskan pembelian. Melihat dari faktor harga sebuah produk juga membentuk persepsi dari konsumen perihal produk itu sendiri. Seperti menurut Walton (2012), harga serta kualitas berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen, dan hanya sedikit yang mengolah kedua hubungan tersebut. Perusahaan saat ini dinilai masih kurang memperhatikan faktor tersebut, dan mengakibatkan konsumen merasa kurang puas mengenai produk tersebut setelah melakukan pembelian dan akan berpikir lagi atau bahkan tidak mau membeli kembali produk tersebut.

Pelaku usaha yang berkecimpung dalam bidang jasa seperti ini harus pintar pintar menentukan lokasi yang akan digunakan sebagai tempat usaha dan melaksanakan semua kegiatan operasionalnya, sebab lokasi yang bagus, strategis, dan nyaman tentunya menguntungkan pelaku usaha dalam menjaring konsumen. Menentukan lokasi yang berada di pusat kota, keramaian dan mudah di akses oleh para calon konsumen juga merupakan strategi yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha. Biasanya seseorang cenderung menentukan rumah makan yang lokasinya tidak jauh dari aktivitas atau kegiatan yang dilakukan. Berikut beberapa hal yang berkaitan dengan pemilihan lokasi: akses mudah, dekat dengan pusat pebelanjaan, tidak jauh dari pemukiman, nyaman, aman, tersedia lahan parkir, dan faktor faktor lain (Tjiptono, 2015). Lokasi merujuk kepada semua kegiatan pemasaran yang bertujuan melancarkan dan memudahkan penyaluran produk atau jasa dari produsen untuk menjangkau konsumen. Lokasi dapat mempengaruhi perasaan, pemikiran, dan tanggapan konsumen mengenai pemilihan tempat dan pembelian konsumen. Tanggapan yang dirasakan oleh konsumen ini yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan dari konsumen tersebut. Rasa tidak puas konsumen merupakan respon dari perasaan ketidaksesuaian dengan harapan konsumen sebelumnya.

Kepuasan konsumen merupakan wujud dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan dari konsumen tersebut mampu terpenuhi dan bahkan akan menentukan terjadinya pembelian kembali atau loyalitas yang berkelanjutan. Dengan harapan yang terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen itu sendiri tentu akan semakin puas pula konsumen tersebut. Sebagai pelaku usaha tentunya harus memiliki strategi dalam penjualan, supaya mampu mempertahankan keberadaan konsumen atau bahkan meningkatkannya lagi. Rumah makan Kedai Ibu yang berdiri sejak 1 Mei 2016 merupakan salah satu rumah makan di kota Solo yang berlokasi di Jl. Hasanudin No. 57, Banjarsari, Kota Surakarta. Kedai Ibu menawarkan berbagai macam makanan dan minuman. Harga yang dipatok oleh Kedai Ibu termasuk terjangkau untuk berbagai macam kalangan. Berbagai menu juga tersedia baik dari segi makanan maupun minuman dengan berbagai varian rasa, dan yang special adalah makanan rumahan dan minuman susu menjadi unggulan yang ditawarkan. Selain dari beragam menu yang ditawarkan, konsep dan fasilitas dipikirkan dengan sangat matang. Untuk dapat bersaing dengan beberapa rumah makan lain di wilayah

sekitar Kedai Ibu ada berbagai hal yang dipertimbangkan agar konsumen memutuskan pilihan dan memilih Kedai Ibu untuk dituju. Pemilik usaha dan pihak manajemen berupaya mewujudkan harapan dan kriteria bahan yang dipertimbangkan oleh konsumen, baik dari segi kualitas pelayanan, harga, dan juga lokasi yang nyaman, agar mampu memberikan kepuasan bagi konsumen yang mengunjunginya. Apabila hal-hal seperti kualitas pelayanan, harga, dan juga lokasi tidak diperhatikan, akibatnya akan menyebabkan ketidakseimbangan antara keinginan dan harapan dari konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga, dan lokasi rumah makan Kedai Ibu tersebut. Maka dari itu keberlangsungan rumah makan bergantung pada berhasil atau tidaknya pemberian kualitas pelayanan terbaik, harga yang sesuai, serta lokasi yang mudah untuk di akses oleh konsumen.

Didalam persaingan, memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan dapat menjadi sebuah keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan rasa puas yang didapatkan oleh konsumen saat mencoba produk atau jasa layanan yang diberikan, maka akan memunculkan rasa ingin mengulang dengan melakukan pembelian kembali produk atau jasa tersebut di lain waktu. Sebagai pelaku usaha sebaiknya mengetahui bahwa konsumen mempunyai peranan penting terhadap keuntungan yang didapatkan. Maka dari itu upaya untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen merupakan faktor penting dalam menjaga atau bahkan meningkatkan pendapatan atau keuntungan. Kedai Ibu menyadari bahwa memberikan layanan jasa dituntut untuk selalu meningkatkan aspek kualitas dari pelayanan pengunjung yang ada dengan harapan agar sejalan dengan meningkatnya jumlah pelanggan di Kedai Ibu.

2. METODE

Penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Variabel yang diteliti Variabel bebas (*independen*) yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Variabel Terikat (*dependen*) yaitu kepuasan konsumen (Y). Data yang digunakan adalah Data Primer merupakan data-data dari kuisisioner dan Data Sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang berupa angket. Lokasi dilaksanakannya di Rumah makan Kedai Ibu yang berlokasi di Jl.

Hasanudin No. 57, Banjarsari, Kota Surakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai April 2019. Populasinya konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Kedai Ibu yang jumlahnya 13,006 orang yang diambil dari data tahun 2018-2019. Pengambilan sampel dengan teknik *Non probably Sampling*. Sampel sebanyak 200 sampel. Metode analisis data meliputi uji kesahihan angket dengan uji validitas, dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas; uji ketepatan model meliputi uji determinan (R^2), dan uji simultan (Uji F); uji hipotesis meliputi analisis koefisien regresi, dan Uji T.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-22 Tahun	152	76.0	76.0	76.0
	23-29 Tahun	46	23.0	23.0	99.0
	>30 Tahun	2	1.0	1.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 1 diketahui dari 200 responden sebanyak 76% atau 152 orang responden berusia 16-22 tahun, kemudian 23% atau 46 orang responden berusia 23-29 tahun dan 1% atau 2 orang responden berusia lebih dari 30 tahun.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	90	45.0	45.0	45.0
	Perempuan	110	55.0	55.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2 diketahui jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 90 orang atau sebesar 45% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 110 orang atau sebesar 55%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini lebih banyak adalah perempuan.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	153	76.5	76.5	76.5
	Karyawan	29	14.5	14.5	91.0
	Guru/PNS	1	.5	.5	91.5
	Lainnya	17	8.5	8.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3 diketahui dari 200 orang responden sebanyak 76,5% adalah pelajar/mahasiswa, 14,5% atau 29 orang responden bekerja sebagai karyawan, kemudian 0,5% atau 1 orang responden bekerja sebagai guru/PNS, dan 8,5% atau 17 orang responden bekerja sebagai lainnya.

Tabel 4. Tanggapan Responden tentang Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Min	Max	Mean	Std. Dev
1	Karyawan Kedai Ibu segera melayani anda saat sedang berkunjung.	1	5	4,18	0,687
2	Karyawan Kedai Ibu memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian	1	5	3,87	0,810
3	Saya tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan.	1	5	3,94	0,833
4	Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan.	2	5	4,09	0,638
5	Makanan yang disediakan higienis/sehat.	2	5	4,16	0,553
6	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.	2	5	4,11	0,624
7	Ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih.	2	5	4,09	0,681

Sumber: Data yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 4,18 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa karyawan Kedai Ibu segera melayani saat konsumen sedang berkunjung. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 3,87 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa karyawan Kedai Ibu memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 3,94 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 4,09 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa karyawan selalu ada ketika dibutuhkan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 4,16 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa makanan yang disediakan higienis/sehat. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 4,11 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa karyawan selalu ramah saat memberikan pelayanan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh sebesar 4,09 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa ruangan menarik dan meja yang tersedia bersih.

Tabel 5. Tanggapan Responden tentang Harga

No	Indikator	Min	Max	Mean	Std. Dev
1	Harga makanan di Kedai Ibu terjangkau.	3	5	4,3	0,549
2	Harga di Kedai Ibu sesuai dengan daya beli konsumen.	3	5	4,25	0,518
3	Harga di Kedai Ibu sesuai dengan kualitas rasa.	3	5	4,16	0,488
4	Harga di Kedai Ibu sesuai dengan kuantitas (porsinya).	3	5	4,12	0,516
5	Harga rumah makan Kedai Ibu lebih murah dibandingkan tempat lain yang sepadan.	1	5	4	0,729
6	Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan.	2	5	4,12	0,554

Sumber: Data yang telah diolah, 2019

Dari Dari tabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,3 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa harga makanan di Kedai Ibu terjangkau. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,25 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa harga di Kedai Ibu sesuai dengan daya beli responden. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,16 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa harga di Kedai Ibu sesuai dengan kualitas rasa. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,12 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa harga di Kedai Ibu sesuai dengan kuantitas atau porsinya. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa harga rumah makan Kedai Ibu lebih murah dibandingkan tempat lain yang sepadan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,12 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa harga di Kedai Ibu sesuai dengan cita rasa yang diberikan.

Tabel 6. Tanggapan Responden tentang Lokasi

No	Indikator	Min	Max	Mean	Std. Dev
1	Lokasi mudah dijangkau.	2	5	4,15	0,645
2	Kondisi jalan menuju Kedai Ibu bagus.	1	5	4,10	0,621
3	Tempat atau lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.	2	5	3,77	0,732
4	Lokasi yang strategis dimana terdapat banyak masyarakat beraktivitas di sekitar.	2	5	3,86	0,639
5	Lalu lintas disekitar Kedai Ibu lancar.	3	5	4,24	0,520
6	Kedai Ibu emiliki tempat parkir yang nyaman.	1	5	3,59	0,777
7	Kedai Ibu memiliki tempat parkir yang aman.	1	5	3,84	0,645
8	Kedai Ibu memiliki lingkungan yang mendukung untuk pendirian usaha.	1	5	3,86	0,706

Sumber: Data yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,15 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar

responden merasa lokasi Kedai Ibu mudah dijangkau. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,10 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa kondisi jalan menuju Kedai Ibu bagus. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 3,77 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa lokasi Kedai Ibu dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 3,86 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa lokasi Kedai Ibu strategis dimana terdapat banyak masyarakat beraktivitas di sekitar. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,24 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa lalu lintas disekitar Kedai Ibu lancar. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 3,59 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa kedai Ibu memiliki tempat parkir yang nyaman. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 3,84 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa kedai Ibu memiliki tempat parkir yang aman. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 3,86 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa lokasi Kedai Ibu memiliki lingkungan yang mendukung pendirian usaha.

Tabel 7. Tanggapan Responden tentang Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Min	Max	Mean	Std. Dev
1	Makanan yang disediakan di Kedai Ibu sesuai dengan selera.	2	5	4,10	0,543
2	Karyawan Kedai Ibu memberikan pelayanan yang baik.	3	5	4,16	0,553
3	Fasilitas penunjang seperti, cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan.	2	5	3,97	0,701
4	Saya berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan.	2	5	4,16	0,629
5	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.	2	5	4,11	0,655
6	Saya berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.	1	5	4,01	0,687
7	Saya merekomendasikan rumah makan ini kepada temankarena makanan yang dihidangkan sangat enak.	1	5	4,09	0,630
8	Saya merekomendasikan rumah makan ini kepada temankarena pelayanan yang diberikan baik.	1	5	4,08	0,632
9	Saya merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai.	1	5	4,05	0,639
10	Saya merasa puas saat mengunjungi Kedai Ibu.	1	5	4,12	0,600

Sumber: Data yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut: Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,10 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa makanan di Kedai Ibu sesuai dengan selera. Dengan hasil hitung

rata-rata yang diperoleh 4,16 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa karyawan Kedai Ibu memberikan pelayanan yang baik. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 3,97 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa fasilitas penunjang seperti, cuci tangan dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,16 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,11 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,01 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,09 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa berminat merekomendasikan rumah makan ini kepada temankarena makanan yang dihidangkan sangat enak. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,08 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa berminat merekomendasikan rumah makan ini kepada temankarena pelayanan yang diberikan baik. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,05 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa berminat merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai. Dengan hasil hitung rata-rata yang diperoleh 4,12 dan termasuk kategori tinggi, artinya sebagian besar responden merasa puas saat mengunjungi Kedai Ibu.

3.2 Hasil Analisis

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan (X_1)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} ($n=200$, $\alpha= 0,05$)	Status
1	0,660	0,1381	Valid
2	0,736	0,1381	Valid
3	0,709	0,1381	Valid
4	0,683	0,1381	Valid
5	0,589	0,1381	Valid
6	0,518	0,1381	Valid
7	0,487	0,1381	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} ($n=200, \alpha=0,05$)	Status
1	0,716	0,1381	Valid
2	0,690	0,1381	Valid
3	0,711	0,1381	Valid
4	0,637	0,1381	Valid
5	0,712	0,1381	Valid
6	0,676	0,1381	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} ($n=200, \alpha=0,05$)	Status
1	0,576	0,1381	Valid
2	0,678	0,1381	Valid
3	0,738	0,1381	Valid
4	0,710	0,1381	Valid
5	0,589	0,1381	Valid
6	0,646	0,1381	Valid
7	0,660	0,1381	Valid
8	0,717	0,1381	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} ($n=200, \alpha=0,05$)	Status
1	0,457	0,1381	Valid
2	0,536	0,1381	Valid
3	0,657	0,1381	Valid
4	0,715	0,1381	Valid
5	0,746	0,1381	Valid
6	0,723	0,1381	Valid
7	0,740	0,1381	Valid
8	0,762	0,1381	Valid
9	0,773	0,1381	Valid
10	0,761	0,1381	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) dan kepuasan konsumen (Y) pada rumah makan Kedai Ibu dapat dinyatakan valid.

Tabel 12. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	7

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,744 dengan jumlah pertanyaan 7 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=200$ adalah 0,1381. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,744 > 0,1381$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	6

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,743 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=200$ adalah 0,1381. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,743 > 0,1381$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_3)

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	8

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,818 dengan jumlah pertanyaan 8 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=200$ adalah 0,1381. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,818 > 0,1381$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,80 – 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

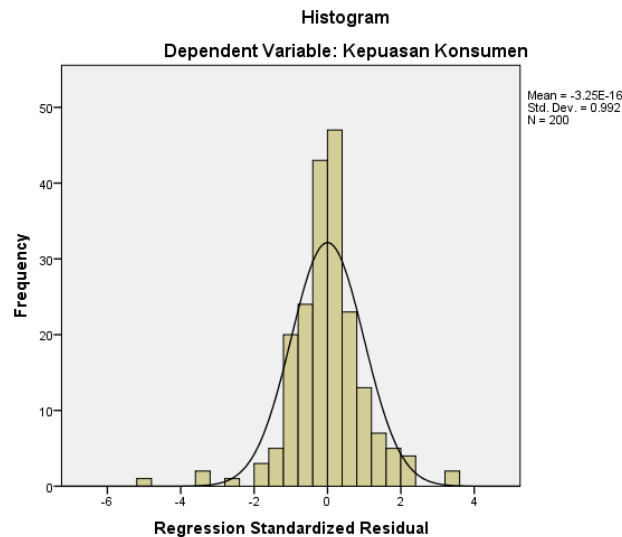
Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	10

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

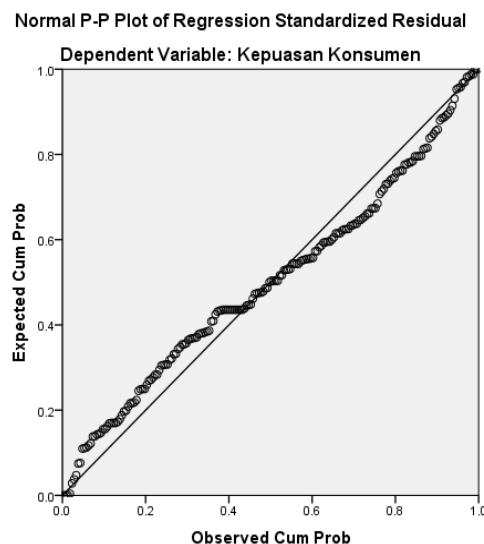
Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,878 dengan jumlah pertanyaan 10 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan

95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=200$ adalah 0,1381. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,878 > 0,1381$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,80 – 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.



Gambar 1. Histogram Display Normal Kurva Kepuasan Konsumen

Berdasarkan gambar histogram diatas, dapat dilihat bahwa kurva kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya pembiayaan mikro memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dsisi output kurva normal *P-Plot*. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Dari gambar 2, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 17. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1.127
Asymp. Sig. (2-tailed)	.157

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah SPSS 20.0

Dari hasil output SPSS tabel 17 terlihat bahwa *Asymp.Sig (2-tailed)* untuk data variabel 0,157. Dikarenakan *Asymp.Sig (2-tailed)* > level of significant ($\alpha = 0,05$) atau $0,157 > 0,05$ maka dapat disimpulkan data adalah berdistribusi normal.

Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	6.448	2.893		
1 Kualitas Pelayanan	.557	.088	.729	1.371
Harga	.335	.112	.785	1.274
Lokasi	.326	.076	.733	1.365

Sumber : Data Olahan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Kualitas Pelayanan: 0,729, Harga: 0,785, Lokasi: 0,733) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan sebesar 0,10. Untuk nilai VIF terlihat semua variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10 (Kualitas Pelayanan: 1,371, Harga: 1,274, dan Lokasi: 1,365). Maka disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas.

Tabel 19. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.239	2.042			1.587	.114
Kualitas Pelayanan	-.121	.062		-.159	-1.934	.054
Harga	.132	.079		.133	1.670	.097
Lokasi	-.027	.054		-.042	-.509	.611

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah SPSS 20.0

Berdasarkan hasil tabel 19 bahwa semua variabel bebas menunjukkan nilai lebih besar dari 0,05, sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, atau bebas heterokedastisitas.

Tabel 20. Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.668 ^a	.446	.438	3.256	1.714

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah SPSS 20.0

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,446 atau 44,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 44,6%, sedangkan sisanya sebesar 55,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 21. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
1 Regression	1675.219	3	52.685	.000 ^b
Residual	2077.401	196		
Total	3752.620	199		

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah SPSS 20.0

Dari tabel Anova di peroleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Kedai Ibu.

Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 52,685. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (52,685 > 2,65), artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Kedai Ibu.

Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	6.448		2.893	2.229
Kualitas Pelayanan	.557	.088	6.302	.000
Harga	.335	.112	2.989	.003
Lokasi	.326	.076	4.270	.000

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah SPSS 20.0

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut: Konstanta 6,448 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, harga dan lokasi diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen adalah 6,448. Koefisien regresi dari kualitas pelayanan adalah 0,557. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,557. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas

pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan 0,557. Koefisien regresi dari harga adalah 0,335. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,335. Begitu juga sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan 0,335. Koefisien regresi dari Lokasi adalah 0,326. Maksudnya adalah setiap lokasi yang semakin baik maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,326. Begitu juga sebaliknya, apabila lokasi tidak menjadi lebih baik mengalami penurunan satu poin maka kepuasan konsumen mengalami penurunan 0,326.

Tabel 23. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	6.448	2.893	2.229	.027
1 Kualitas Pelayanan	.557	.088	6.302	.000
Harga	.335	.112	2.989	.003
Lokasi	.326	.076	4.270	.000

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah SPSS 20.0

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan atau X_1 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu variabel Kualitas Pelayanan atau X_1 mempunyai t_{hitung} yakni 6,302 dengan $t_{tabel} = 1,972$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji t pada variabel harga atau X_2 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,003. Nilai $Sig < 0,05$ ($0,003 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu variabel harga atau X_2 mempunyai t_{hitung} yakni 2,989 dengan $t_{tabel} = 1,972$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki kontribusi terhadap Y.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji t pada variabel lokasi atau X_3 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Sementara itu variabel lokasi atau X_3 mempunyai t_{hitung} yakni 4,270 dengan $t_{tabel} = 1,972$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 memiliki kontribusi terhadap Y.

3.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan harga dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier sebagai berikut $Y = 6,448 + 0,557X_1 + 0,335X_2 + 0,326X_3$, berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independent bernilai positif.

Untuk melihat pengaruh secara stimultan dari hasil uji F adalah dengan membandingkan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (dfl) dengan rumus $dfl = k-1$. Kemudian menentukan derajat bebas / *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus df2 dengan rumus $df2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data.

Dalam penelitian ini nilai $k = 4$ dan $n = 200$. Maka nilai dfl dalam penelitian ini adalah $dfl = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = 200 - 4 = 196$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} dengan $df = 3$ dan $df2 = 196$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,65. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 52,685. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($52,685 > 2,65$), artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Kedai Ibu.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,446 atau 44,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 44,6%, sedangkan sisanya sebesar 55,4% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan Kepuasan Konsumen pada rumah makan Kedai Ibu.

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di rumah makan Kedai Ibu. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke rumah makan tersebut. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 di atas tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen pada bidang kuliner rumah makan Kedai Ibu. Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah jasa tersebut. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dilihat berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima rendah yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten.

b. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di rumah makan Kedai Ibu. Harga yang ditetapkan oleh rumah makan Kedai Ibu sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat, harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen. Harga digunakan sebagai indikator kualitas produk, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kepuasan yang lebih tinggi, oleh sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli sesuatu. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Jadi pihak produsen harus pandai dalam menetapkan harga jual suatu produk. Pemilik rumah makan harus pandai dalam menghitung laba sehingga dapat menetapkan harga makanan dengan tepat agar konsumen tidak merasa kemahalan. Dengan harga yang bersahabat atau terjangkau maka konsumen yang hobi kuliner tidak akan ragu untuk mencoba makanan yang di sajikan rumah makan tersebut.

c. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu. Hal ini berarti setiap peningkatan dan penurunan kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu juga dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan yaitu lokasi. Hasil ini mengindikasikan bahwa lokasi merupakan faktor penting bagi peningkatan kepuasan konsumen terhadap suatu hal, dan dalam hal ini pada rumah makan Kedai Ibu.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 di atas tentang pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan kata lain, faktor lokasi juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen dimana faktor ini mempengaruhi kenyamanan konsumen, jarak tempuh, serta fleksibilitas akses yang mudah dijangkau tentunya akan

meningkatkan kepuasan konsumen. Selain menguntungkan bagi konsumen faktor lokasi yang mudah dijangkau tentunya akan menarik lebih banyak lagi konsumen dan mendatangkan keuntungan bagi rumah makan Kedai Ibu.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Kedai Ibu Surakarta.
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Kedai Ibu Surakarta.
- c. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Kedai Ibu Surakarta.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Dalam berbisnis harus mempunyai konsep utama untuk menarik konsumen, sehingga banyak konsumen yang datang ke rumah makan itu sendiri, dan selalu menanamkan pemikiran bahwa pembeli adalah raja sehingga harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan tercipta kepuasan tersendiri bagi konsumen.
- b. Untuk faktor lokasi, Kedai Ibu dapat dikatakan sudah cukup bagus dengan segala fasilitas yang disediakan, akan tetapi mungkin hanya perlu ditambah area parkir yang lebih nyaman untuk menampung kendaraan konsumen yang masih dikeluhkan oleh beberapa konsumen.
- c. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam menambah variabel dalam mengenai tentang penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Dennisa, A E. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

- sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang), *Journal Of Management*, 5(3), 1-13.
- Hidayat, R T. Dan Zurliani, S. (2014). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 9(2), 92-100.
- Horax Michelle. Sanjaya, Lucy. Pratiwi, Jessica dan Yosephine A K. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality (Servqual). *Jurnal Metris*, 18, 65-74.
- Kotler, Philip and Keller K L, (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga
- Karomah, Rismatul, dan Arifin, Rois. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Rumah Makan Geprek Diyono Malang. *e – Jurnal Riset Manajemen*. website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)
- Oxtafiani, Neni dan Widowati, S, Y. 2017. Analysis of Effect of Service Quality, Quality Product and Prices on Customer Perceptions of the Service Quality, *Journal of Marketing Management*, 1(1) ,25-59.
- Prasetio, Ari. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4). 1-6.
- Rusmawati dan Marlindawaty. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry BJR Balikpapan. *Jurnal EKSEKUTIF*, 15. 216-243.
- Saputra, Ahmad, (2015), Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI*, 23(1), 10-19.
- Sholeha, Ludvityatus, dan Djaja, Sutrisno. (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 12(1), 15-25.
- Suryonaningsih, Emi dan Paramita P D, (2016), Effect of Price and Image Brand On Consumer Satisfactoin With Buying Decision As Intervening. *Journal Of Management*, 2(2).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2012), *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.
- Walton, Thomas. 2004. Design as Economic Strategy. *Journal Design Management Review*, 15(4), 6.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A. dan Berry, Leonard L. 1990. Delivering Quality Service (Balancing Customer Perceptions and Expectations). The Free Press A Division of MacMillan, Inc.